

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran umum mengenai objek penelitian

1.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah

Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah (PD CMJT) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah didirikan pada tanggal 30 Januari 2009 dengan Perda Prov Jateng No 2 Tahun 2009 & Anggaran Dasar Rumah Tangga yang dituangkan dalam Akta Notaris Prof. DR. Liliana Tedjo Saputro, MH. MM No 28 tanggal 13 April 2009 yang sebelumnya adalah Perusahaan Daerah Provinsi Jawa Tengah. Merupakan gabungan dari 4 perusahaan daerah yang digabung pada tanggal 12 Maret 1996 berdasar Surat Keputusan Gubernur Nomor 539/22/1996 yaitu:

- 1) Perusda Minyak Sarinabati
- 2) Perusda Es Saripetojo
- 3) Perusda Aneka Industri
- 4) Perusda Aneka Jasa dan Niaga

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah pada tahun 1982 mendirikan 4 perusahaan yang ditetapkan dalam Peraturan Daerah dengan kegiatan sebanyak 20 unit, yaitu:

1. Perusahaan Daerah Minyak Sarinabati melalui Perda 4/1982 meliputi:
 - a. Pabrik Minyak Kelapa Sarinabati Semarang
 - b. Pabrik Minyak Kelapa Sarinabati Cilacap
 - c. Pabrik Minyak Kelapa Sarinabati Purwokerto
 - d. Pabrik Minyak Kelapa Sarinabati Kebumen
2. Perusahaan Daerah Es Saripetojo Jawa Tengah Perda 5/1982 meliputi:
 - a. Pabrik Es Saripetojo Semarang
 - b. Pabrik Es Saripetojo Surakarta
 - c. Pabrik Es Saripetojo Rembang
 - d. Pabrik Es Saripetojo Cilacap

- e. Pabrik Es Saripetojo Tegal
3. Perusahaan Daerah Aneka Industri Melalui Perda 6/1982 meliputi:
- a. Pabrik Logam Sokaraja
 - b. Pabrik Keramik Sokaraja
 - c. Pabrik Keramik Mayong
 - d. Pabrik Logam Batur
 - e. Pabrik Logam Bareng
 - f. Pabrik Ubin Semarang
 - g. Perkebunan Tlogo
 - h. Bengkel Baru Purwokerto
 - i. Pabrik Payung Juwiring
4. Perusahaan Daerah Aneka Jasa Niaga melalui Perda 7/1982 terdiri dari:
- a. Pabrik Pengolahan Kayu Kabana Semarang
 - b. Pabrik Pengolahan Kayu Wirosari
 - c. Perusahaan Besar Farmasi Margahusada Semarang
 - d. Perusahaan Dagang Anida Semarang
 - e. Percetakan Tunggal Semarang
 - f. Percetakan Tunggal Arum Tegal
 - g. Green Guset House Semarang (kini Hotel kesambi Hijau)
 - h. Apotik Margahusada Surakarta
 - i. Apotik Margahusada Kartasura
 - j. Perusahaan Pariwisata Kartasura
 - k. Pabrik Gondorukem dan Terpentin Moga Pernalang

Dalam pengelolaan unit-unit usaha tersebut, mengalami penurunan dalam perkembangannya tiap tahun sampai dengan tahun 1995. Bahkan hingga tidak sanggup untuk membayar gaji para pegawainya. Dalam kondisi tersebut, melalui Surat Keputusan Gubernur Nomor 539/22/1996 tanggal 12 Maret 1996 keempat Perusda

tersebut digabung menjadi Perusahaan Daerah Provinsi Jawa Tengah selama kurang lebih 13 tahun. Kemudian pada tahun 2009 terbentuklah Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah berdasarkan Perda No 2 Tahun 2009 Tanggal 30 Januari 2009 Tentang pendirian Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah dan ditindaklanjuti dengan pengesahan Anggaran Dasar (AD) / Anggaran Rumah Tangga (ART) oleh Notaris DR. Liliana Tedjosaputro dengan Akta Notaris No 28 tanggal 13 April 2009

Maksud dari pendirian PD.CMJT ini adalah untuk membentuk BUMD yang bergerak di bidang pertanian, perindustrian, perdagangan, pariwisata dan jasa untuk meningkatkan perekonomian daerah, memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat. Adapun tujuannya untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah. Dalam Keputusan Direksi, yang dimaksud dengan Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah (PD.CMJT) adalah Suatu usaha yang modalnya merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendiriannya diprakarsai oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Sampai sekarang ini Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah memiliki 11 Unit Usaha, yaitu:

1. Apotek Margahusada Kartasura
2. Apotek Margahusada Surakarta
3. Apotek Margahusada Semarang
4. Pabrik Es Saripetojo Tegal
5. Pabrik Es Sarpitejo Lasem
6. Pabrik Es Saripetojo Cilacap
7. Kotel Kesambi Hijau
8. Perkebunan Tlogo
9. Pariwisata Tawangmangu
10. SPBU Sokaraja
11. Unit Usaha Pangan

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut ini logo perusahaan :



Gambar 1. 1

Logo Perusahaan

*Sumber:*Data Perusahaan, 2021

Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2009 Tanggal 30 Januari, bahwa Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah dibentuk dari gabungan 4(empat) Perusahaan Daerah sebelumnya,yaitu:

- a. Perusahaan Daerah Minyak Sarinabati digambarkan dengan lambang warna coklat
- b. Perusahaan Daerah Es Saripetojo digambarkan dengan lambang warna hijau muda
- c. Perusahaan Daerah Aneka Industri digambarkan dengan lambang warna hijau tua
- d. Perusahaan Daerah Jasa dan Niaga digambarkan dengan lambang warna biru

Logo yang didesain dari lingkaran kecil berwarna coklat,lalu menjadi hijau muda,kemudian menjadi hijau tua hingga pada akhirnya menjadi keingkarannya besar berwarna biru memiliki arti bahwa Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah pada saat

digabung merupakan perusahaan yang kecil yang kemudian terus mengalami perkembangan menjadi besar hingga menjadi salah satu Badan Usaha Milik Daerah andalan dari Provinsi Jawa Tengah

(*Sumber: Data Perusahaan, 2021*)

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah

Adapun Visi dan Misi sebagai berikut:

1. Visi :

“Visi Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah adalah terwujudnya perusahaan daerah yang profesional dan mandiri.”

2. Misi :

1. Mengembangkan diversifikasi usaha.
2. Membangun budaya perusahaan yang professional.
3. Membantu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

1.1.4 Dasar Hukum Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah

Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah merupakan Perusahaan Daerah milik Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang berdasar hukum :

1. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2009 tanggal 30 Januari 2009.
2. Anggaran Dasar Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah dalam Akta Notaris Prof. Dr. Liliana Tedjosaputro, SH, MH, MM Nomor 28 tanggal 13 April 2009.
3. Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 23 Tahun 2011 tanggal 26 April 2011.
4. Peraturan Direksi Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah Nomor 539/144.A/V/2013 tanggal 1 Mei 2013 tentang Pengganti Peraturan Direksi
5. Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah Nomor 539/049/V/2011 tanggal 2 Mei 2011.

1.1.5 Produk dari Perusahaan Citra Mandiri Jawa Tengah

Dari tiap unit usaha yang dimiliki oleh perusahaan. memiliki berbagai jenis produk yang beragam, antara lain sebagai berikut:

- a. Unit usaha Pabrik Es Saripetojo : Es batu kristal, Es batu Balok
- b. Apotik Margahusada : Farmasi
- c. Unit Usaha Pangan : Beras dan air minum
- d. Perkebunan Tlogo : Karet, cengkeh, Kopi

Selain produk, unit usaha juga bergerak dibidang jasa misalnya:

- a. Perusahaan Pariwisata Tawangmangu
- b. Hotel Kesambi Hijau

1.2 Latar Belakang Masalah

Saat ini kehidupan masyarakat terus mengalami banyak perubahan, salah satunya yaitu pada sektor teknologi. Teknologi Internet sering digunakan untuk mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhan mereka. Contohnya yaitu masyarakat mengandalkan teknologi internet untuk berkomunikasi, melakukan belanja Online, dan juga membantu menyelesaikan pekerjaan mereka. Karena dengan menggunakan internet semua menjadi lebih praktik dan cepat. Saat ini dunia sedang dilanda pandemi covid 19, tidak terkecuali Indonesia. Sehingga menyebabkan beberapa aktivitas masyarakat harus dibatasi. Contohnya kerja dari rumah (*Work From Home*), Sekolah dari rumah (*School From Home*) dan sebagainya. Dengan adanya hal tersebut mengakibatkan peningkatan penggunaan internet.

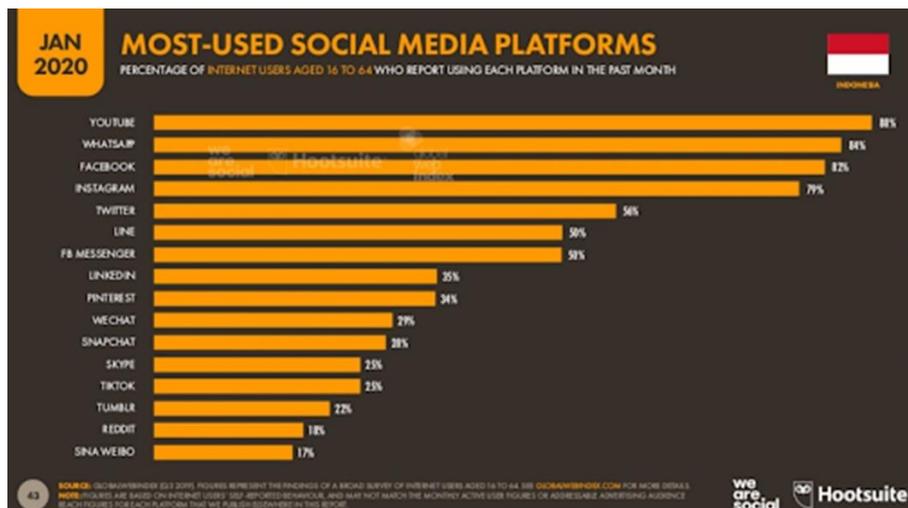


Gambar 1. 2

Data Pengguna internet dan sosial media di Indonesia pada tahun 2020

Sumber: wearesocial.com, 2021

Berdasarkan data pada gambar 1.2, Dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 penduduk di Indonesia mencapai 272,1 juta jiwa. Dimana pengguna *smartphone* di Indonesia melampaui jumlah penduduk Indonesia sendiri,yaitu mencapai 338,2 juta jiwa. Sedangkan untuk pengguna internet di Indonesia yang mencapai 175,4 juta jiwa dan 160,0 juta jiwa pengguna media sosial. Hal tersebut menjelaskan bahwa penduduk Indonesia sangat *familiar* dengan penggunaan internet dan sosial media. Media sosial merupakan tempat seseorang untuk bersosialisasi dengan orang lain, baik secara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok tanpa harus memikirkan jarak dan waktu.Selain untuk bersosialisasi, media sosial juga dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif dan efisien. Karena perilaku para konsumen yang banyak menghabiskan waktu dengan membuka media sosial.

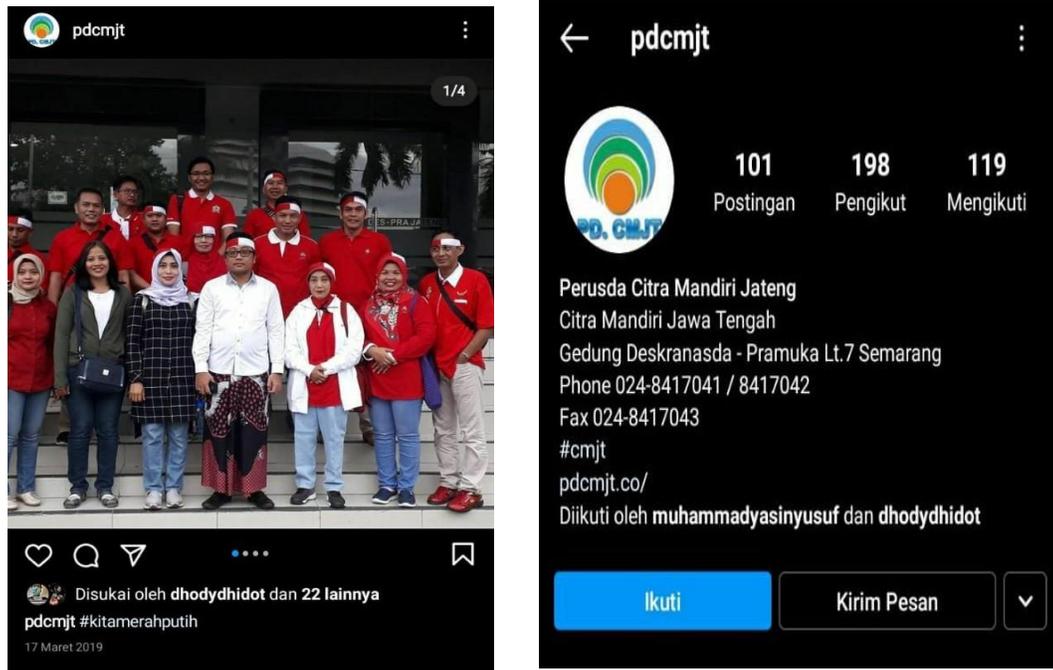


Gambar 1. 3

Grafik Sosial Media yang sering digunakan pada Tahun 2020

Sumber: wearesocial.com ,2021

Dapat dilihat pada gambar 1.3 sosial media yang paling sering dikunjungi adalah yang pertama ada youtube yang mencapai 88% pengguna internet di Indonesia, kemudian yang kedua whatsapp yang mencapai 84% pengguna internet di Indonesia, yang ketiga ada facebook mencapai 82% pengguna internet di Indonesia dan yang keempat ada Instagram yang mencapai 79%. Meskipun Instagram menempati urutan keempat, namun tetap tidak mengurangi kepopuleran Instagram di mata masyarakat. Hal ini karena Instagram memiliki berbagai macam fitur yang menarik sehingga tidak terkesan membosankan bagi para penggunanya.



Gambar 1. 4
Profil akun Instagram Terdahulu

Sumber: Instagram, 2021

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nur Ali selaku Kepala Bagian Pemasaran, bahwa sebelumnya perusahaan sudah memiliki akun instagram. Namun karena dikelola oleh pihak ketiga atau pihak di luar perusahaan, sehingga konten dari akun tersebut belum memberikan informasi mengenai produk dari perusahaan dan promosi produk. Dan juga akun tersebut sudah lama tidak aktif yaitu sejak tahun 2019 hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4 .Nama akun terdahulu tersebut adalah @pdcmtj telah membuat konten sebanyak 101 postingan dan mendapat 198 pengikut. Konten yang telah dibuat oleh akun tersebut masih belum sesuai dengan keinginan perusahaan, padahal berawal dari konten yang menarik dan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka akun instagram bisa memperkenalkan produk yang ditawarkannya serta bisa meningkatkan daya tarik pengguna media sosial.

Berdasarkan fenomena empiris yang telah dijelaskan, konten marketing begitu penting dalam promosi pemasaran melalui sosial media marketing. Oleh sebab itu Peneliti tertarik untuk lebih membahas Strategi dan permasalahan yang ada dalam proses mengembangkan konten pada akun @pemasaran_cmjt dengan judul penelitian: “Analisis Pengembangan Konten Media Sosial pada Akun Instagram @pemasaran_cmjt, Perusahaan Daerah Mandiri Jawa Tengah (PD. CMJT) Tahun 2021”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan keadaan yang ada, terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi oleh penulis yang akan menjadi bahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan dalam konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmt tahun 2021?
2. Bagaimana penerapan dalam konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmt tahun 2021?
3. Bagaimana evaluasi dalam konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmt tahun 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perencanaan dalam konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmt.
2. Mengetahui penerapan dalam konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmt.
3. Mengetahui evaluasi dalam pengembangan konten media sosial pada akun instagram @pemasaran_pdcmt

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian
 - a. Sebagai pedoman untuk meningkatkan jumlah penjualan olahan Kopi
 - b. Sebagai bahan evaluasi untuk Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah
2. Bagi Peneliti
 - a. Untuk memperdalam pengetahuan peneliti, khususnya dibidang *Digital Marketing* dan *Content Marketing*
 - b. Untuk menambah wawasan serta mengaplikasikan segala macam ilmu yang belum didapatkan di bangku perkuliahan.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi terarah dan tidak terlalu luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah Analisis Dan Pengembangan Konten *Social Media Marketing* Pada akun Instagram @Pemasaran_cmjt
2. Objek penelitian ini adalah Perusahaan Citra Mandiri Jawa Tengah
3. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari bulan Januari sampai dengan Juni tahun 2021

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan pustaka dan lingkup penelitian

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori mengenai teori manajemen pemasaran, teori pemasaran, teori *Sosial Media*, dan teori Instagram.

BAB III Metode penelitian

Bab ini membahas analisis jenis penelitian yang digunakan

BAB IV Hasil dan pembahasan

Bab ini akan menjelaskan membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya .

BAB V Simpulan dan saran

Pada bab terakhir ini, berisi kesimpulan dan saran akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya